

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era revolusi 4.0 di bidang industri ditandai dengan terjadinya perkembangan pesat dalam bidang teknologi pada seluruh daerah di dunia, termasuk Indonesia (Prasetyo, 2018). Sekarang ini, terdapat kecanggihan teknologi secara masif dalam menunjang sektor informasi. Perkembangan teknologi jejaring komputer mendorong perkembangan pesat sektor telekomunikasi dengan hadirnya internet (Prasetyo, 2018). Data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia menyatakan bahwa jumlah pengguna internet meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, pengguna internet di Indonesia tercatat sejumlah 171,17 juta pengguna, naik 10,12 % dari tahun 2017 yang mempunyai besaran 143,26% (APJII, 2020)

Kemudahan memanfaatkan internet memberikan dampak pada segala sisi aspek kehidupan manusia. Salah satunya adalah gaya hidup manusia yang semakin praktis dalam bertransaksi serta mencari informasi lebih dalam kegiatan pariwisata (Ansari, 2018). Informasi pariwisata juga mempunyai keterjangkauan yang lebih luas (Santos, 2020). Kehadiran internet juga menggeser kemasan produk wisata. Sehingga media stimulus dalam mendorong orang untuk berpergian juga berkembang (Benyon, 2013).

Virtual tourism merupakan media interpretasi non personal serta menjadi stimulus dalam mendorong orang berpergian. *Virtual tourism* sekaligus menjadi media simulasi dalam melakukan perjalanan yang terdiri dari unsur video, gambar dan *geographical information system* atau populer disingkat dengan GIS (Jan, 2009). Beberapa Daya Tarik Wisata telah menggunakan pendekatan *virtual tourism* yang berbentuk *virtual tour* yaitu Museum Louvre, Museum of Naples, Museum of Canada (Djindjian, 2015), Roman Museum Rome (Pescarin, 2014) dan Macchu Picchu (Zan, 2011). Dengan adanya *virtual tourism* pada tempat tersebut maka kegiatan pariwisata bertambah nilai, khususnya pada nilai edukasi, nilai pengalaman dan nilai pelestarian / *heritage preservation* (Guttentag, 2010).

Selain itu, sejak awal tahun 2020, dunia dihebohkan dengan adanya pandemi Virus Covid 19 yang menyebabkan turunnya angka kunjungan wisatawan dan berdampak pada turunnya pendapatan masyarakat. Hal ini didukung dengan jumlah kunjungan wisatawan China ke Bali mengalami penurunan. Pada Januari sampai pertengahan Februari 2020 tercatat 22.000 wisatawan China Batal ke Bali (Budyanti, 2020).

Pariwisata bali sangat beresiko mengingat tingkat ketergantungan terhadap wisatawan asal Tiongkok yang tinggi. Perusahaan daya tarik wisata di bali banyak yang tutup dikarenakan 100% tamu adalah wisatawan asal Tiongkok. Wisatawan non Tiongkok juga membatalkan niatnya berkunjung ke Destinasi Bali dikarenakan tingkat relasi Tiongkok dan Indonesia yang tinggi. Jadi secara umum

dapat disimpulkan, secara umum wisatawan di bali menurun sebesar 50 % dari jumlah yang diperkirakan (Budiyantri, 2020).

Kota Bandung dan sekitarnya merupakan titik kedatangan wisatawan menuju Kabupaten Bandung, memiliki kasus infeksi Covid 19 terbanyak di Provinsi Jawa Barat menerapkan berbagai pendekatan dan kebijakan dalam upaya menanggulangi penyebaran virus Covid 19 agar tidak meluas dan menginfeksi banyak masyarakat. Salah satu kebijakan yang berdampak langsung kepada sektor pariwisata yaitu adanya surat edaran Walikota Bandung Tanggal 31 Maret 2020 Mengenai Himbauan untuk sementara tidak melaksanakan kegiatan operasional jasa usaha pariwisata dalam upaya kewaspaan terhadap penularan Covid 19 (Herdiana, 2020).

Pemberhentian kegiatan operasional jasa wisata berdampak langsung kepada industri pariwisata di Kabupaten Bandung, mengingat Kabupaten Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata di Indonesia. Kondisi tersebut berlanjut Ketika Kabupaten Bandung dan sekitarnya ditetapkan sebagai daerah pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dimana segala jenis aktivitas pariwisata secara tegas dilarang sebagaimana diatur dalam Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/259/2020 (Herdiana, 2020). Hal ini sangat berdampak kepada jumlah kunjungan yang turun drastis sampai dengan 90%. Dampak tidak hanya dirasakan industri destinasi namun masyarakat sekitar DTW pun yang menggantungkan hidupnya pada pariwisata

ikut terdampak yang berakibat rendahnya angka beli kerajinan dan makanan yang diproduksi masyarakat lokal.

TAHUN	BULAN	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
2019	Januari-Desember	3.010.571	157.883
2019	Januari-Juli	2.480.000	87.994
2020	Januari-Juli	164.920	30.270
Penurunan (%)		93,35%	65,60%

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020.

Wisatawan mancanegara Kabupaten Bandung juga mengalami penurunan tajam selama penanganan pandemi Covid 19. Pada periode bulan Januari – Juli 2020 terdapat kunjungan sebesar 30.270 wisatawan dan menurun sebesar 65,60 % dari periode yang sama pada tahun 2019. Apabila dilihat dari data BPS pada Tahun 2019, pengeluaran wisatawan rata-rata pada tahun 2020 adalah sebesar 1.201 USD atau sekitar 17 juta rupiah (Kemenparekraf, 2020). Sehingga dapat diakumulasikan bahwa terdapat potensi wisatawan mancanegara Kota Bandung dengan nilai ekonomis 1,2 Triliun batal melakukan perjalanannya.

Dari sisi wisatawan nusantara, Pada periode bulan Januari – Juli 2020 terdapat kunjungan sebesar 164.920 wisatawan dan menurun sebesar 93,35 % dari periode yang sama pada tahun 2019. Apabila dilihat dari data BPS pada Tahun 2019, pengeluaran wisatawan nusantara rata-rata adalah sebesar sekitar 959,2 ribu rupiah (Kemenparekraf, 2020). Sehingga dapat diakumulasikan bahwa terdapat

potensi wisatawan nusantara Kabupaten Bandung dengan nilai ekonomis 2,6 Triliun batal melakukan perjalanannya.

Turunnya potensi pendapatan dari pariwisata berdampak pada industri pariwisata di Kabupaten Bandung. Kerugian tidak hanya berdampak pada penyelenggaraan pariwisata secara langsung, tetapi juga pada industri penunjang kegiatan pariwisata seperti hotel, travel, spa dan lain sebagainya (Sugihamretha, 2020). Saat ini terdapat 108 Hotel di Kabupaten Bandung dan Sekitarnya yang tutup sementara akibat wabah Covid 19 (Widyawati, 2020).

Untuk itu pada sektor pariwisata dibutuhkan pendekatan *virtual tourism*. Pernyataan tersebut didukung dengan beberapa ulasan berikut :

Tabel 1
Pernyataan Pendekatan *Virtual Tourism*

No	Nama	Deskripsi
1	Joko Widodo Presiden Republik Indonesia	Pariwisata akan bergeser kepada kegiatan yang tidak melibatkan banyak orang, referensi hiburan akan bergeser pada solo travel tour, wellness tour, <i>virtual tourism</i> dan staycation. (Rahmanidya, 2020)
2	Agustini Rahayu Kepala Biro Komunikasi Kemenparekraf RI	Pengembangan Wisata virtual menjadi titik awal pembangunan pariwisata di era New Normal setelah merugi selama pandemi Covid 19 (Rahayu, 2020)

No	Nama	Deskripsi
3	Theresia Magdalena Vice President Blibli Tour and Travel	Peluang baru dalam melayani pelanggan di bidang pariwisata adalah dengan mengadopsi teknologi melalui <i>virtual tourism</i> (Andriani, 2020)
4	Erda Rindarsih, M.U.R.P, Ph.D Bagian Pengembangan Program Kajian Pariwisata Sekolah Pascasarjana, UGM, pendiri Indonesia Tourism Watch (ITW)	Untuk dapat bangkit Kembali, Indonesia memerlukan berbagai strategi. Salah satu strategi dalam membangkitkan pariwisata Indonesia adalah perlunya strategi keragaman produk pariwisata dan memastikan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi standar protokol kesehatan. Untuk itu perlu adanya kolaborasi dengan teknologi dan informasi dalam mengembangkan <i>virtual tourism</i> (Rindarsih, 2020)
5	I Gusti Bagus Rai Utama, Dr. Rektor Universitas Udayana	Dalam mengembalikan pariwisata Bali pada era New Normal, <i>Virtual Tourism</i> dapat dijadikan pendekatan dalam strategi memulihkan pariwisata di Bali (Utama, 2020)

Sumber : Dari Berbagai Sumber, 2020

Kawasan Ciwidey merupakan salah satu kawasan wisata yang terdapat di Kabupaten Bandung. Kawasan Ciwidey merupakan pilihan untuk wisatawan yang menginginkan destinasi yang beriklim sejuk, dan bersuasana alam dengan ditunjang dengan bentang alam perkebunan, sawah dan pegunungan,

Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung yang dituangkan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Nomor 2018-2025 menyatakan bahwa Kawasan Ciwidey merupakan salah satu kawasan yang memiliki fungsi kegiatan khusus pariwisata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola DTW Kawah Putih, disebutkan bahwa DTW Kawah Putih memiliki keunikan yang bertema rekreasi dan edukasi. Dalam penemuan pengalaman edukasi, pengelola DTW Kawah Putih menyiapkan interpreter yang berkompeten di bidang flora dan fauna. Akan tetapi, program wisata edukasi belum berjalan maksimal dikarenakan sarana dan prasarana dalam menunjang wisata edukasi belum memadai. Dengan demikian, DTW kawah putih memerlukan program interpretasi non personal.

Kemudian dari pengelola DTW Situ Patengan dikemukakan bahwa keindahan bentang alam yang dimiliki Situ Patengan akan lebih maksimal apabila terdapat media yang mampu memotret bentang alam dari sudut pandang yang beragam. Pernyataan senada juga diungkapkan oleh pengelola DTW Glamping Lakesite Rancabali.

Dengan demikian, dalam upaya menanggulangi dampak ekonomi dari pandemi Covid 19 serta mengikuti perkembangan teknologi, maka dibutuhkan pengembangan wisata pada kawasan wisata dengan pendekatan *virtual tourism*. Pendekatan rancang bangun *virtual tourism* dalam penelitian ini menggunakan konsep Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang dikembangkan oleh Riyanto. MDLC dalam pendekatan penelitian ini terdiri dari (1) *concept*, (2) *design*, (3) *material collecting*, (4) *assembly*, (5) *testing* dan (6) *distribution* (Riyanto, 2015).

Rancang bangun *virtual tourism* mempunyai berbagai manfaat, yaitu (1) sebagai media promosi *online*, (2) menjadi inspirator dalam proses membangun

sebuah usaha / bisnis dan (3) terciptanya sebuah konsep produk dan jasa yang dapat menjembatani kebutuhan informasi serta promosi ditengah kemajuan teknologi yang semakin pesat (Thomas, 2018). Selain itu juga bermanfaat untuk (4) memberikan pengalaman lebih baik dengan menampilkan beragam material seperti video, teks dan gambar diam dalam sebuah konten web interaktif (Natsir, 2019). Berdasarkan pada uraian diatas, maka penulis mengambil judul penelitian “Rancang Bangun *Virtual Tourism* Kawasan Ciwidey, Kabupaten Bandung”.

B. Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu fokus substansi dan fokus lokasi penelitian. Pada substansi, penulis menggunakan bahasan yang memfokuskan pada potensi *virtual tourism* dan penyusunan MDLC di kawasan Ciwidey, Kabupaten Bandung. Dalam penyusunan MDLC, penulis membahas aspek (1) *Concept*, (2) *Design*, (3) *Material Collecting*, (4) *Assembly*, (5) *Testing* dan (6) *Distribution* (Natsir, 2019).

Pada aspek lokasi, penulis membatasi lokus yang cocok dengan karakter *virtual tourism* di Kawasan Bandung Raya yaitu Kawasan Ciwidey. Dalam parktiknya penulis melaksanakan penelitian di (1) DTW Kawah Putih, (2) Situ Patengan dan (3) Glamping Lakesite Rancabali karena merepresentasikan karakter *virtual tourism*. Dengan demikian pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana potensi wisata pada kawasan Ciwidey dalam menunjang *virtual tourism*?

2. Bagaimana penerapan MDLC pada wisata di kawasan Ciwidey ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Melakukan identifikasi potensi wisata kawasan Ciwidey dalam menunjang *virtual tourism*.
2. Melakukan pengembangan produk *virtual tourism* pada DTW di kawasan Ciwidey.

D. Pembatasan Penelitian

Penelitian ini diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan, yaitu :

1. Faktor lokasi yang dipilih berdasarkan kekuatan infrastruktur yang memadai untuk dijadikan lokus *virtual tourism* seperti sinyal handphone, aksesibilitas terhadap alat – alat yang digunakan seperti drone dan kamera 360
2. Bahasan yang mencakup pada potensi wisata yang terdiri dari 3A yaitu atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas serta bahasan MDLC yang terdiri dari (1) *Concept*, (2) *Design*, (3) *Material Collecting*, (4) *Assembly*, (5) *Testing* dan (6) *Distribution* (Natsir, 2019) namun memungkinkan adanya aspek bahasan lain yang perlu dibahas.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat teoritis pada penelitian ini adalah pemanfaatan pendekatan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) di bidang pariwisata. Selain itu mengembangkan teori digitalisasi di bidang pariwisata yang saat ini terbatas pada *virtual tur*.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini adalah pemanfaatan aplikasi *virtual tourism* yang dapat digunakan oleh stakeholder, khususnya Dinas Pariwisata atau dinas terkait dalam mempromosikan destinasi pariwisata. Kemudian dari sisi ekonomi masyarakat dapat menggunakan *virtual tourism* sebagai *marketplace* seperti memperjualbelikan *merchandise* asli daerah setempat melalui platform website yang di integrasikan.